



Flávia Maria Correia Arieira

## Uma nova de forma de dar e receber a informação: *A app da TSF*

Relatório de estágio de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientado pelo  
Doutor Sérgio Correia Santos, apresentado ao Departamento de Filosofia,  
Comunicação e Informação, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2016



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

# UMA NOVA FORMA DE DAR E RECEBER A INFORMAÇÃO: A APP DA TSF

## Ficha Técnica:

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Relatório de estágio</b>
<b>Título</b>	<b>UMA NOVA FORMA DE DAR E RECEBER A INFORMAÇÃO: A APP DA TSF</b>
<b>Autor/a</b>	<b>Flávia Maria Correia Arieira</b>
<b>Orientador/a</b>	<b>Sílvio Correia Santos</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo</b>
<b>Área científica</b>	<b>Jornalismo</b>
<b>Data</b>	<b>2016</b>



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

[Escrever texto]

*Aos meus pais*

[Escrever texto]



## **Agradecimentos**

Ao longo deste percurso muitos foram os que me acompanharam e me apoiaram. Em primeiro lugar, quero agradecer à TSF por tão bem me ter recebido e por tudo aquilo que me ensinou ao longo dos três meses de estágio. Quero agradecer, sobretudo, ao meu orientador, Joaquim Ferreira, pois esteve sempre disponível para me ajudar em tudo o que precisei. Foi com o apoio dele que eu pude adquirir novos conhecimentos e novas competências.

Quero agradecer ao meu orientador, Sílvio Correia Santos, pela sua atenção e disponibilidade.

Agradeço, também, aos meus pais, sem eles nada disto teria sido possível. Foram eles que me permitiram chegar até aqui, e que me apoiaram mais do que ninguém.

Quero, também, agradecer às minhas duas grandes amigas, Kate e Ana Patrícia, por terem acreditado em mim, quando eu pensava em desistir.

Por último, quero agradecer a Coimbra por me ter acolhido tão bem, nos últimos anos, e por me ter feito sentir em casa.



## Resumo

Este relatório culmina um período de estágio de três meses numa das mais importantes rádios do panorama nacional, a TSF. O estágio serviu de base para chegar ao tema desenvolvido neste trabalho “uma nova forma de dar e receber a informação: a *app* da TSF”. Neste relatório, será feita uma reflexão sobre a rádio e a Internet, assim como sobre as aplicações para dispositivos móveis. Numa primeira parte aborda-se a história da TSF e a minha experiência durante o estágio. De seguida, é abordado o advento da Internet e a forma como esta mudou o jornalismo. E é, precisamente, esse potencial transformador da Internet que serve de ponto de partida para a análise à forma como a rádio se está a adaptar ao novo contexto. Por último, serão abordados os dispositivos móveis e as aplicações no contexto da rádio, mais concretamente, a *app* da TSF. Pretende-se, pois, perceber quais as razões que levaram à criação dessa ferramenta e que benefícios é que traz para o meio, para os jornalistas e para o “fazer rádio” na atualidade.

## PALAVRAS – CHAVE

Internet; rádio; dispositivos móveis; aplicações; TSF

## **Abstract**

This report culminates in a period of three months of internship in one of the major radio on national panorama, TSF. The internship served as basis for developed the theme: “The new way to give and receive information: The APP of TSF”. This report will reflect about radio and internet, as well, discussing the applications for mobile devices. In the initial phase, will be focused on the history of TSF and personal experience during the internship. Then, the advent of the internet and how it changed the journalism will be addressed. Which allows, to understand the potential of the internet as starting point, to analyze how the radio is adapting to current context. In the end the mobile devices and applications on radio context, more specifically, the app of TSF will be discussed. It aims, to understand the reasons that led to the creation of the app tool and what benefices bring to the context, more specific, to journalism and making radio on the present time.

## **KEY-WORDS**

Internet; radio; mobile devices; applications; TSF

## Índice

Introdução .....	10
Capítulo I.....	12
Introdução .....	13
1. A TSF – 28 anos de história.....	13
2. A minha experiência na TSF.....	18
2.1 Reflexão.....	22
Capítulo II .....	24
Introdução .....	24
1. A influência tecnológica no Jornalismo .....	26
2. A internet como fator de mudança no Jornalismo.....	29
3. A sociedade em rede .....	31
4. Características do Jornalismo Multimédia.....	34
5. A adaptação da rádio ao digital .....	37
6. Os desafios do digital param a rádio .....	40
7. Os dispositivos móveis e o jornalismo .....	41
7.1 O impacto do telemóvel na sociedade contemporânea.....	42
7.2 As vantagens do uso do telemóvel no quotidiano .....	43
7.3 As aplicações móveis .....	45
7.3.1 A <i>app</i> da TSF .....	46
Considerações finais.....	50
Referências Bibliográficas .....	53

## Introdução

A rádio é para muitos o verdadeiro meio de comunicação de massas, uma vez que é o órgão que melhor se adapta aos desafios que lhe são colocados. É um meio para ser ouvido e, assim, necessita que a sua linguagem chegue a todos os ouvintes. Para isso, esta tem que ser simples e direta; além disso a rádio é um meio que precisa de estar em constante atualização fazendo parte, por isso, das rotinas do jornalista a rapidez na produção das notícias. No entanto, com o advento da Internet e com a revolução tecnológica, a rádio está a atravessar um período de transição e por isso vê-se obrigada a pensar na sua essência e a adaptar-se ao contexto digital. A interatividade, promovida pela Internet, favoreceu o contacto entre os jornalistas e os ouvintes; este estímulo à participação dos utilizadores põe termo à passividade da audiência (Cordeiro, 2004b). Deste modo, as rádios começaram, numa tentativa de se reaproximarem dos ouvintes, a apostar cada vez mais no *online*. As principais rádios criaram páginas *web* e estão presentes nas redes sociais. Recentemente, começaram a apostar em aplicações para os dispositivos móveis, como é exemplo a rádio TSF.

O presente relatório será uma reflexão sobre a aplicação da TSF para dispositivos móveis. A ideia surgiu no decorrer do estágio curricular que fiz na rádio TSF durante um período de três meses. Ao longo do estágio consegui perceber que a Internet, por um lado, é uma importante ferramenta de trabalho para os jornalistas, uma vez que permite um acesso rápido à informação e aos contactos com os jornalistas e fontes de informação, ao mesmo tempo que lhes dá autonomia e permite que eles não tenham de sair da redação para obterem a informação que necessitam. Por outro lado, não sair da redação nem sempre traz vantagens para o trabalho jornalístico, uma vez que com o trabalho a partir da Internet, os jornalistas atualizam-se a partir das mesmas agências de notícias e isso conduz a uma homogeneidade dos conteúdos nos diferentes meios de comunicação.

O estágio permitiu chegar ao tema deste trabalho “uma nova forma de dar e receber a informação: a *app*<sup>1</sup> da TSF”. Este pareceu-me pertinente devido ao contexto em que vivemos, o da era digital, no qual os meios de comunicação precisam de se adaptar à Internet e tirar proveito das suas funcionalidades. Mas, também, porque cada vez menos as pessoas procuram

---

<sup>1</sup> *app*: é a abreviatura de aplicação. As aplicações são instaladas nos *smartphones*.

a informação nos meios tradicionais. Esta procura-se nas páginas da Internet e nas redes sociais. Neste contexto, surgem, também, as aplicações para dispositivos móveis. Com a utilização das aplicações, não precisamos de procurar a informação, uma vez que basta ter um dispositivo móvel, como o telemóvel ou o *tablet*, com Internet, para termos acesso à informação, já que estas aplicações, normalmente, são gratuitas. As aplicações são gratuitas, mas os conteúdos nem sempre.

Para se adaptar ao meio, a TSF criou uma aplicação para dispositivos móveis como forma de fidelizar leitores/ouvintes. Através da *app* é possível que a rádio mantenha a sua essência, uma vez que dá as notícias em primeira mão. Esta tem outra particularidade: envia notificações *push*<sup>2</sup>. Portanto, o público-alvo não tem de procurar a informação, ela chega aos dispositivos móveis através do alerta.

Com este relatório pretendemos fazer uma reflexão sobre esta nova forma de dar e receber a informação, apoiando-se na perceção que os jornalistas têm da aplicação criada pela sua rádio. Para isso, foram realizadas entrevistas a alguns jornalistas da TSF, com o intuito de reunir dados que contribuem para perceber quais as razões que levaram à criação da aplicação, mas também se esta ajuda, de facto, a fidelizar leitores, e ainda que benefícios traz para o meio, para os jornalistas e para o fazer “rádio”.

Quanto à estrutura, este relatório será dividido em dois capítulos. No primeiro vamos fazer uma contextualização histórica do meio de comunicação onde foi realizado o estágio e, posteriormente, vamos descrever a experiência tida durante os três meses na TSF.

No segundo capítulo, abordaremos a questão da Internet como fator de mudança para o jornalismo. Muito se fala acerca das mudanças que a *web* trouxe à prática jornalística, por isso, é importante perceber de que forma condiciona a rotina dos jornalistas nas redações. Neste contexto, torna-se essencial perceber como é que a rádio se está a adaptar ao meio digital. Analisaremos em seguida os desafios que esta trouxe para os jornalistas e para o meio.

Para analisarmos o tema principal deste relatório de estágio, vamos estudar os dispositivos móveis e o jornalismo, mais concretamente o uso do telemóvel, uma vez que este aparelho é o mais usado pelas pessoas no seu quotidiano. De acordo com Patrícia Dias “O telemóvel faz parte da nossa rotina, e se pensarmos na sua importância, provavelmente concluiremos que é pelo menos tão importante como o automóvel ou a televisão (Dias, 2008, p.9).

---

<sup>2</sup> As notificações *push* são alertas enviados para os dispositivos móveis dos utilizadores. No caso da aplicação da TSF, as notificações apenas são enviadas relativamente às notícias principais.

# Capítulo I

## O estágio e a rádio TSF

### Capítulo I

[Escrever texto]

## Introdução

No presente capítulo, pretendemos em primeiro lugar fazer uma contextualização histórica da TSF, traçando algumas das datas mais marcantes. Posteriormente, será abordada a experiência e as atividades desenvolvidas ao longo do estágio curricular.

O estágio curricular permitiu fazer uma reflexão sobre o que aprendi na faculdade e o que aprendi com a experiência na rádio. Uma das primeiras questões com a qual me deparei, foi com o facto de os jornalistas não saírem da redação. Na faculdade aprendemos que o jornalismo se faz no terreno, contudo na redação da TSF do Porto, os jornalistas quase não saem. É um jornalismo de secretária. Na faculdade muito se falou da Internet e da importância desta para o jornalismo, no entanto foi na redação que tive a percepção do quanto ela é importante para o trabalho do jornalista. Através da *web*, os jornalistas recebem *os telex* das agências noticiosas, procuram a informação e fazem contactos. Foi neste contexto que surgiu a ideia para o tema deste trabalho: uma nova forma de dar e receber a informação: a *app* da TSF. Para ter acesso à aplicação é necessário ter Internet. A *app* é também uma forma de a rádio se adaptar ao meio digital. Além disto, o estágio também permitiu ver as rotinas dos jornalistas e perceber como estes se adaptam a diferentes situações.

### 1. A TSF – 28 anos de história

[Escrever texto]

A rádio, desde o seu início, esteve sempre mais próxima das pessoas, graças à linguagem que caracteriza o meio em questão, uma vez que esta é clara e direta, chegando a todas as pessoas, independentemente do seu estatuto social.

“A linguagem radiofónica, bem o sabe, reúne elementos da oralidade, muitos de natureza paralinguística. Sendo linguagem falada, ainda que, ao narrar, o locutor venha a se apoiar em texto escrito, o espaço simbólico que daí resulta permite a inserção de componentes que vão além do simples gosto por ouvir rádio. Na ausência de imagens eletrônicas, o rádio passa a evocar situações próprias do imaginário do ouvinte” (Gomes, 2006, p. 1).

Em Portugal as primeiras emissões radiofónicas surgiram nos anos 20. Segundo Rogério Santos (2005), um dos pioneiros foi Abílio Nunes dos Santos. Na época a programação era constituída apenas por peças tocadas ao vivo, dentro de um reportório de música clássica. Em 1931, apareceu a primeira estação moderna, a Rádio Clube Português (RCP), liderada por Jorge Botelho Moniz, Oficial do exército na situação de reserva e, pouco mais tarde, notabilizado pelo apoio às tropas revoltosas de Francisco Franco, que tomaria o poder em Espanha em 1939 (Santos, 2005). Pouco tempo depois, coube a vez à Emissora Nacional começar a transmitir, em 1935. A Emissora Católica surgiu no Estado Novo, num período em que Salazar se afirmava. A rádio foi a voz de propaganda ao regime (Santos, 2005):

“A EN era um instrumento neste desígnio, sempre fiel ao Estado. Tinha no seu seio uma secção política que zelava pelo enquadramento dos conteúdos da emissora nos pilares ideológicos do governo, os textos eram revistos pelos diretores, havia mapas diários onde todos os conteúdos eram registados e a admissão de todos os colaboradores necessitava da aprovação de Henrique Galvão que, com o passar do tempo, ia intensificando o controlo sobre os programas” (Ribeiro citado por Santos, 2013, p. 45).

A terceira grande estação a inaugurar as suas emissões foi a Rádio Renascença, ligada à Igreja Católica, em 1937. No final da década, estava formado o panorama da rádio em Portugal, que perduraria até ao golpe militar de 1974 (Santos, 2005). Estas foram as rádios mais marcantes no Estado Novo.

“É nesta década que nascem as três grandes estações que irão dominar a rádio em Portugal durante o período do Estado Novo, até à sua nacionalização, em dezembro de

1975: a EN, a Rádio Renascença (RR) e a Rádio Clube Português (RCP) ” (Santos, 2013, p.37).

Mais tarde, no final da década de 70, começaram a nascer as primeiras rádios “piratas”. O movimento iniciou-se em vários países da Europa e foi um símbolo de força na opinião pública.

“As rádios-pirata aperceberam-se, desde cedo, da sua força na opinião pública, reunindo em assembleia-geral em junho de 1983. À falta de legislação, a Fiscalização Radioelétrica apreendia o material, em especial quando estações provocavam interferências nas emissoras já legalizadas” (Santos, 2005, p. 139).

Portugal seguiu o exemplo da Europa e no decurso da década de 80 surgiram várias emissoras consideradas ilegais. Neste contexto surgiu uma das mais marcantes estações do panorama radiofónico português, a TSF. Desde o seu nascimento já se passaram 28 anos.

Para traçar a história da rádio será usada como principal fonte a obra de João Paulo Meneses “Tudo o que se passa na TSF: Para um livro de Estilo”, de 2003.

A criação da TSF deu-se em Março de 1981, altura em que se iniciava o debate sobre a reprivatização da rádio. A primeira emissão “pirata”, devidamente anunciada nos jornais ocorreu no dia 17 de junho de 1984. Durante um período de quatro horas ouviram-se mensagens de apoio ao movimento das rádios livres, incluindo do Presidente da República, Ramalho Eanes. De acordo com João Paulo Meneses (2003), em maio de 1987, iniciaram-se os primeiros cursos de formação da TSF, coordenados por Adelino Gomes. Contudo, as primeiras emissões regulares da rádio só começaram a acontecer em fevereiro de 1988. Mas ainda sob o estatuto de rádio “pirata” e apenas em Lisboa. Este início ficou a dever-se ao Jornalista Emídio Rangel, importante nome associado a esta rádio. Graças a ele, foi possível iniciar as primeiras emissões sem o alvará necessário. Em julho de 1988, começaram a surgir alguns problemas dentro da cooperativa. De um lado estava Emídio Rangel, entre outros, e de outro estava Teresa Moutinho e Albertino Antunes. Este distanciamento levou a uma batalha judicial (Meneses, 2003, p. 23). Ainda em 1988, em agosto, a zona do Chiado ardeu e aqui a TSF fez a sua mais célebre cobertura jornalística, que lhe valeu o primeiro de muitos prémios entregue pelo clube de jornalistas. Pouco tempo depois, a 8 de setembro, foi aberto o concurso

[Escrever texto]

para atribuição de alvarás. Segundo João Paulo Meneses (2003), a TSF concorreu em Lisboa, Porto, Coimbra e Faro. Porém, só ganhou em Lisboa e Coimbra (associado a um grupo de jornalistas locais.). A 20 de março de 1989 regressam as emissões da TSF a Lisboa, e em setembro, esta associa-se à Rádio Nova, do Porto, em cadeia nacional, para os noticiários. Contudo, em 1989 o governo ameaça a cadeia nacional, o que levou a TSF a contestar. Com a Guerra do Golfo, em 1990, a rádio volta a ter um papel relevante, uma vez que foi dos primeiros órgãos de comunicação social em todo o mundo a entrar no Kuwait libertado.

Um ano depois a TSF começou a ouvir-se em Lisboa e no Porto. Em 1992, Emídio Rangel abandona a direção da rádio, para assumir a liderança na SIC, e o novo diretor passa a ser David Borges. Em março de 1993 a empresa Lusomundo cria uma nova sociedade, a Rádio Notícias, detida em partes iguais, para a gestão do património da TSF Radio Jornal. Ainda no mesmo ano, a rádio começa, também, a emitir nas frequências da rádio *press*.

Em junho de 1994, a rádio enfrentou o seu primeiro período de crise, tendo sido despedidos cerca de 20 trabalhadores. Porém, no ano seguinte, deu-se a consagração de um dos mais importantes programas de informação e debate: o “Fórum TSF”. Depois de algumas irregularidades na rádio, este passou a ser um espaço diário e fixo na antena. É um programa com estilo próprio e que tem intervenções a todos os níveis sobre os temas da atualidade. Após a consagração do programa, David Borges demitiu-se e foi substituído por Carlos Andrade.

Quatro anos depois, em setembro de 1999, a rádio voltou a destacar-se. A propósito da violência em Timor, iniciou uma emissão especial de dez dias, que lhe valeu uma medalha dos Direitos Humanos da Assembleia da República.

Através da empresa-mãe, Rádio Notícias, a TSF foi considerada uma das empresas mais rentáveis do país (Meneses, 2005, p. 25).

De acordo com Paula Cordeiro (2005), a TSF foi a rádio que criou a antena aberta no nosso país, com uma imagem de marca emblemática em torno das frases “tudo o que se passa, passa na TSF” e “se está a acontecer você precisa de saber”, que resumem a importância do imediatismo do jornalismo desta estação (Cordeiro, 2005, pp. 4-5).

Quanto ao estilo, esta define-se por uma grelha de programas onde passam as mais variadas temáticas: política, economia, ciência e cultura. A rádio é também muito marcada pelo género jornalístico a entrevista, que é usada como complemento das notícias (Cordeiro, 2005, p.5).

Segundo Paula Cordeiro (2005), o estilo jornalístico da TSF, caracterizado acima de tudo pela criatividade e liberdade de escolha, é visível nos diretos e nos espaços de programação de

[Escrever texto]

entrevista pela forma direta e pelo debate de ideias entre o jornalista e o seu convidado, deixando, sempre, evidenciar o entrevistado e perseguindo a ideia de que é a ele, que os ouvintes querem ouvir.

Atualmente, a TSF pertence ao grupo económico Global Media Group, que outrora se chamava Controlinveste. A partir de 2011 o grupo começou a atravessar um período de crise. O défice atingiu valores negativos e as receitas tiveram uma quebra acentuada. Para reduzir os custos e assegurar a sustentabilidade da empresa houve um despedimento coletivo (Diário de notícias, 2014). Assim, foi necessária uma reestruturação e o grupo foi cedido aos empresários Luís Montez e António Mosquito, além dos Bancos, BCP e BES (Económico, 2014). Com a reestruturação o grupo passou a chamar-se Global Media Group. Fazem parte deste, o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias, o Jogo e as revistas Volta ao Mundo e Evasões.

Mas falar da TSF é também falar de Emídio Rangel. Foi graças a ele que a TSF nasceu. Rangel nasceu em 1947, em Angola e, com apenas 18 anos, iniciou a sua carreira profissional. A sua carreira começou na rádio, em Angola, na década de 60. Já depois do 25 de abril veio para Portugal e formou-se em História. Durante 12 anos esteve na radiodifusão e, em 1988, fez parte da equipa que fundou a rádio TSF.

Mais tarde, com o lançamento da televisão privada, em 1992, Francisco Pinto Balsemão convidou-o para diretor de informação da SIC. Além de diretor de informação, foi também diretor de programas, tendo acompanhado o lançamento de vários canais temáticos.

Em 2001, ocupou o cargo de diretor-geral da RTP e, dois anos depois, voltou à TSF para ajudar na sua reestruturação. Durante esse período teve uma coluna semanal no Correio da Manhã.

Os seus últimos anos foram dedicados ao desenvolvimento de vários projetos, uma grande parte deles para Angola. Já em Portugal esteve na preparação de uma proposta para criar um canal em sinal aberto que deveria ser lançado com a TDT (Público, 2014). Tentou, ainda, criar um novo grupo de *media* em parceria com Rui Pedro Soares, antigo administrador da PT.

Faleceu a 13 de agosto de 2014, com 66 anos. Em setembro do mesmo ano, a TSF anunciou um prémio em sua homenagem, que pretende distinguir trabalhos feitos pelas rádios locais.

## **2. A minha experiência na TSF**

O meu estágio curricular teve início no dia 4 de janeiro de 2016. Antes deste se iniciar, fui a uma entrevista, na qual tive a oportunidade de conhecer alguns dos jornalistas que trabalham na rádio, assim como as diferentes secções, desde a redação, aos estúdios. Após isto, o

[Escrever texto]

orientador, Joaquim Ferreira, explicou-me que iria fazer tudo como um jornalista, mas que os conteúdos não iriam para o ar. Também me explicou que iria ter o mesmo horário que ele, para me dar o apoio necessário.

No estágio, pude observar toda a dinâmica do trabalho dentro e fora da redação, mas sobretudo dentro, uma vez, que na redação do Porto, os jornalistas não saem muito para o terreno. Isto foi o primeiro aspeto que, desde logo, me chamou a atenção, uma vez que na licenciatura aprendemos que o jornalismo faz-se no terreno.

Relativamente aos horários, os jornalistas tem um horário rotativo, que muda de semana para semana. Assim, ao longo dos três meses, fiz três horários diferentes: o da manhã, da tarde e da noite. A equipa da manhã entra às 6h e sai às 13h, no entanto quando fazia este horário, por indicação do orientador, entrava às 9h, uma vez que nesse período não há muita produção noticiosa. A equipa da tarde entra às 13h e sai às 20h e a equipa da noite entra às 18h e sai às 2h da manhã.

No respetivo horário de trabalho, as equipas atualizam-se das notícias através dos jornais ou dos *takes* das agências noticiosas. A partir daí, constroem os seus blocos noticiosos. Na TSF, o programa onde caem os *takes* das agências é o *Teamnews*. E as agências mais usadas são a LUSA e a *Reuters*.

Os jornalistas fazem toda a produção a partir da redação e as entrevistas são feitas por telefone, uma vez que o grupo ao qual a TSF pertence atravessou uma crise financeira e com isso houve despedimentos e redução de custos. Deste modo, é raro os jornalistas saírem em reportagem.

Na redação da TSF no Porto, durante o meu estágio, os noticiários eram apenas produzidos à noite. Durante o dia são produzidos em Lisboa. A equipa da noite é composta por um editor, um editor de “meias horas”, dois jornalista, um produtor e um sonoplasta. Antes da produção há uma reunião para perceber quais são as principais notícias. Depois disso os jornalistas reúnem contactos, fazem entrevistas, cortam sons e montam peças. No período da noite observei que não há grande produção. E o próprio editor, Artur Carvalho, alertou-me para essa situação. É um período em que acontece pouca coisa. Por vezes, a reunião nem se realizava, porque as notícias eram poucas, e, por isso, era fácil para eles definir o que ia para o ar. Houve, inclusive alturas em que os jornalistas fizeram contactos para saber se havia alguma ocorrência. Deu para perceber de uma forma geral a dinâmica do trabalho, mas não tão aprofundadamente, uma vez que eles não tinham grande disponibilidade para me explicarem as coisas. Enquanto eles estavam a trabalhar, eu escrevia notícias. Por vezes, no final do turno, o editor corrigia-as.

[Escrever texto]

No meu primeiro dia de estágio, ocupei a posição que me foi destinada e o orientador começou por me mostrar o *Teamnews*. Este é o programa onde caem os *telex* das agências de notícias. Depois do primeiro contacto com o programa comecei a escrever pequenas notícias a partir dos *takes* das agências. Com estes trabalhos, deparei-me com as primeiras dificuldades. A escrita de rádio é muito diferente da escrita de imprensa. A escrita de rádio deve ser simples e clara. Há palavras, verbos que não devemos usar. A escrita deve ser oralizada. O locutor apoia-se num texto escrito, mas este deve ser o mais claro possível. Temos de pensar no ouvinte e como captar a atenção dele. Se o locutor utilizar uma palavra que seja mais complicada, ou não explicar bem uma determinada ideia, o ouvinte perde logo o interesse no que está a ouvir. Os verbos, por exemplo, devem ser verbos orais: um bom exemplo disso é o verbo dizer; e, por exemplo, o verbo declarar já não se aplica na linguagem radiofónica, porque é um verbo que se utiliza mais na imprensa. Temas como política e economia, sobretudo economia tem termos muito específicos, se esses termos não forem traduzidos para uma linguagem corrente, o ouvinte não vai perceber. Nos primeiros trabalhos que desenvolvi tive dificuldades em tornar a notícia clara, mas com a prática fui melhorando. Nas aulas aprendemos que a escrita radiofónica deve ser o mais clara possível, contudo só com a prática é que se percebe como isso é importante, porque de facto, se o ouvinte não perceber uma palavra, a notícia já não vai ter interesse.

Durante as duas primeiras semanas foi este o meu trabalho. O orientador corrigia e explicava-me o que eu podia e não podia fazer, no que diz respeito à escrita radiofónica. Ele não podia corrigir todos os dias porque às vezes estava muito ocupado, dependendo dos trabalhos que tinha para fazer. Durante o estágio, comecei a perceber quando podia interromper o trabalho dos jornalistas. No período da tarde era sempre complicado, havia muita produção, de manhã, por exemplo, já era mais acessível. Normalmente, o meu orientador costumava corrigir os meus trabalhos no período da manhã.

Após as duas primeiras semanas comecei a escrever peças, mais tarde revistas de imprensa e biografias. No final do estágio fiz, ainda, um noticiário. Para escrever peças é preciso seleccionar sons para depois construir o texto. Estes são recolhidos pelos jornalistas, no entanto eles cedem aos estagiários para que estes possam praticar. Por um lado, é vantajoso, uma vez que podemos praticar a escrita tendo em conta o som, mas, por outro, não é, pois não temos a oportunidade de sermos nós a fazer este trabalho. Se houvesse possibilidade de fazer entrevistas, havia mais dinâmica de trabalho e enfrentaria o *deadline*. Além do mais, teria a possibilidade de entrar em contacto com as fontes de informação.

[Escrever texto]

A peça é uma unidade que é composta por texto e por som, sendo que, por vezes, pode ser só texto (peça não sonorizada). Um aspeto muito importante nas peças é que o texto e o som devem complementar-se. Para introduzir o som é feito um lançamento. Uma das minhas dificuldades era, precisamente, fazer o lançamento, uma vez que este não deve dizer a mesma coisa que o som, deve ser um complemento ao texto.

A revista de imprensa é uma seleção dos principais assuntos da atualidade que é feita com base na leitura das capas dos jornais do dia.

A biografia é a história de vida de uma pessoa, mas uma biografia para rádio é totalmente diferente da biografia histórica. A biografia histórica coloca os aspetos por ordem cronológica. Já a biografia radiofónica começa pelos aspetos que são realmente importantes, para captar a atenção do ouvinte e a escrita deve ser o mais clara possível. Quando fiz a biografia de Pierre Boulez, por exemplo, comecei por destacar o seu contributo para a música e, só por último é que mencionei a sua data de nascimento.

O noticiário é um bloco noticioso composto por várias notícias. As notícias têm de ser alinhadas segundo os valores-notícia. Esses valores são o que determinam se um acontecimento pode ou não ser notícia. De acordo com Carl Warren (citado por Fontcuberta, 2010, p.36) há oito elementos básicos que, em maior ou menor proporção, um facto deve conter para se tornar notícia: atualidade, proximidade, protagonistas, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.

Na última semana de estágio tive a oportunidade de fazer um noticiário para as “meias horas”. Foi o maior desafio que tive durante o meu estágio. Selecionei quatro notícias da atualidade e alinhei-as pelo grau de importância. Também tive de preparar a entrada das notícias. A entrada é a seleção das principais notícias.

Relativamente à edição, a TSF tem um conjunto de técnicos para editar e cortar sons. Nunca fiz nenhuma edição, mas acompanhei várias vezes o processo. Às vezes os técnicos chamavam-me para eu assistir ao corte e tratamento de som. Também tive a oportunidade de ver como se cortam os sons diretamente do gravador. Os sons podiam ser cortados no computador ou no próprio gravador.

Após a escrita e a edição do texto noticioso, é necessário gravar as peças que foi um trabalho que fiz a partir da segunda semana de estágio. E, uma vez por semana dedicava o meu tempo à locução. Na redação havia um estúdio que eu podia utilizar durante o tempo que fosse necessário. Gravava só com o técnico, que, às vezes, me dizia o que podia melhorar em termos de ritmo e entoação. Depois de gravar, as locuções eram ouvidas e avaliadas pelo meu orientador. Este exercício ajudou-me a perceber que não tinha ritmo, umas vezes lia

[Escrever texto]

demasiado rápido e, outras vezes lia, muito devagar. Uma das sugestões que me deram foi pronunciar bem as palavras.

Além dos trabalhos já mencionados, saí também uma vez em reportagem. Os jornalistas na redação do Porto não costumam sair muito para o terreno. Contudo, tive a oportunidade de acompanhar a jornalista, Sónia Santos Silva, para fazer a cobertura de uma conferência de imprensa, na qual foi possível ver como se preparam as entrevistas, como se recolhem os sons e como escrever o texto. Além disso, esta experiência deu para perceber como é que os jornalistas se adaptam aos vários contextos.

## **2.1 Reflexão**

É na faculdade que se adquirem conhecimentos para a vida profissional. Contudo, só é possível colocá-los em prática através de uma vertente prática. O estágio curricular dá, assim, essa possibilidade. A aprendizagem académica dá-nos bases que nos permitem tirar mais proveito na prática. O estágio, por outro lado, ajuda-nos a assimilar aquilo que aprendemos através de situações concretas que surgem no dia a dia na vida do jornalista. Permite-nos perceber as suas rotinas, mas também os problemas com que se deparam e como os resolvem. Podemos, assim, dizer que ambos os conhecimentos se completam.

[Escrever texto]

Durante os três meses de estágio, há um grande desenvolvimento cognitivo que é visível através da realização de tarefas que se vão aperfeiçoando a cada dia. Os diferentes temas que se trabalham (Política, Economia, Cultura), permitem que nos adaptemos a diferentes ritmos de trabalho. Quanto às tarefas desenvolvidas na redação, sempre existiu uma progressão em relação às primeiras que realizei. No início temos dificuldade em perceber que informação é realmente importante e em construir um texto radiofónico, que é muito diferente do texto de imprensa; e temos dificuldade em construir um bom texto e em cumprir *deadlines*. Contudo, com a ajuda dos jornalistas é possível melhorar. Sempre que há uma dúvida eles dão conselhos, fazem observações, que permitem que possamos melhorar dentro da empresa de comunicação e sejamos mais proativos. Na escrita dos textos, por exemplo, o meu orientador disse-me para utilizar verbos orais, pois eles facilitam a compreensão do ouvinte. Em temas como política e economia, tentar explicar por palavras mais simples determinados termos e imaginar que estava a explicar a um amigo. A linguagem deve ser o mais clara possível para que o ouvinte não se desinteresse pela notícia.

O estágio curricular traduziu-se numa experiência bastante enriquecedora que permitiu compreender a realidade do jornalismo radiofónico durante o período de três meses.

# Capítulo II

## Uma nova forma de dar e receber a informação: A *app* da TSF

### Capítulo II

#### Introdução

Este capítulo é composto por sete pontos. No primeiro, vamos analisar a Internet e as mudanças que esta trouxe para o jornalismo. Apesar de ser uma ferramenta importante para o jornalismo, a Internet trouxe mudanças. Por um lado, facilita a procura da informação e permite que os jornalistas sejam autónomos. Por outro, ela trouxe uma avalanche de informação que requer um tratamento por parte dos jornalistas, uma vez que nem toda a

[Escrever texto]

informação é credível. Facilita os contactos entre os jornalistas e as fontes de informação, porém também leva a que muitos jornalistas tenham de aprender a usar algumas ferramentas básicas da *web*. Num segundo ponto, vamos falar da sociedade em rede, já que, com o aparecimento da Internet, passamos a viver numa sociedade da informação, o que significa que nunca tivemos acesso a tanta informação como agora. Esta está ao alcance de todos, não só dos jornalistas, mas do público-alvo. Todos somos produtores de informação e vivemos, de certa forma, em rede. Nesta era da informação, o papel do jornalista torna-se crucial enquanto mediador. No terceiro ponto, vamos abordar as características do novo meio. A Internet, como referi anteriormente, trouxe mudanças para o jornalismo, nomeadamente a aceleração do tempo e a instantaneidade. A rapidez é uma das características mais importantes do jornalismo multimédia, uma vez que conquista a credibilidade de quem recebe a informação. Portanto, quanto mais depressa chegar a informação melhor será para o recetor. No quarto e quinto pontos vamos perceber como é que a rádio se está a adaptar ao novo meio e quais os desafios que o digital impõe. No sexto ponto, vamos refletir sobre a influência dos avanços tecnológicos para o jornalismo. Foram equipamentos como o telégrafo, o telefone e o computador que contribuíram para a evolução e prática do jornalismo. No sétimo ponto vamos falar sobre os dispositivos móveis e o jornalismo. Vamos perceber qual o impacto do telemóvel na sociedade e quais as vantagens e desvantagens do uso do mesmo. Uma das vantagens é o acesso à Internet, que permite que os indivíduos possam aceder à informação e às redes sociais. Mas, sobretudo, permite que as pessoas possam comunicar entre si, independentemente da localização geográfica. Por último vamos falar sobre as aplicações móveis, mais concretamente, da *app* da TSF e tirar algumas conclusões sobre a criação e uso da mesma.

## **1. A influência tecnológica no Jornalismo**

Até aqui temos falado do advento da Internet como fator de mudança na prática jornalística. No entanto, um dos principais fatores de mudança no jornalismo têm sido as tecnologias da comunicação. Desde o início do século XX, várias inovações, como o telégrafo e o telefone, deram dinamismo à circulação da informação. Mas a verdadeira mudança ocorreu quando os computadores foram introduzidos nas redações. A chegada do computador revolucionou tudo. Aos poucos foi se incorporando no cotidiano dos jornalistas, passando a

[Escrever texto]

exercer novas funções. Todas as etapas do processo jornalístico sofreram alterações. Nasce, assim, uma nova relação com o texto.

A influência das inovações tecnológicas não se limitou à utilização de novas ferramentas e à sua aplicação prática na construção das notícias, ela estende-se à estrutura de produção, organização e direção, e atinge, sobretudo, o conteúdo dos jornais e sua ordenação interna, que começou a exigir uma gama variada de competências, fruto da divisão do trabalho e da especialização do jornalista (Silva, 2013).

O aparecimento do telégrafo veio facilitar a cobertura dos eventos que ocorriam longe da sede do jornal e permitiu que a transmissão dos acontecimentos fosse contínua. Além disto, também contribuiu para que o trabalho dos editores se tornasse mais interessante para os leitores.

Mais tarde foi a vez do telefone, o aparelho foi incorporado nas redações tornando-se numa ferramenta indispensável. De acordo com Salcetti (2013), o uso do telefone, como recurso de aceleração do processo de produção de notícias, estimulou a divisão do trabalho nas redações: “a possibilidade de enviar informações fragmentadas por telefone tornou repórteres especialistas na apuração de dados, enquanto função de escrever as notícias tornou-se tarefa de outro profissional” (Silva, 2013).

No entanto, a mudança mais radical deu-se com a chegada do computador. Através deste, os jornalistas começaram a fazer entrevistas através de *emails*, pesquisas em *sites* oficiais e estar em contacto direto com as fontes através das redes sociais. O avanço da tecnologia implicou mudanças no trabalho jornalístico e a palavra de ordem nas redações passou a ser adaptação.

A introdução dos computadores passou a ser caracterizada como um divisor de águas na prática jornalística. Segundo Machado (citado por Silva, 2013, p. 10), todas as etapas do processo de produção jornalística sofreram alterações com a chegada dos computadores e, especialmente, quando estes foram ligados a redes internas e ao ciberespaço. Apesar dos benefícios que estes trouxeram, Baldessar também aponta alguns prejuízos:

“O computador acaba com o matraquear das máquinas de escrever, trazendo silêncio e limpeza. Em contraposição ao silêncio e ao conforto do ar condicionado, o novo instrumento acentua a ocorrência de doenças do trabalho, especialmente as conhecidas lesões por esforço repetitivo” (Baldessar citada por Silva, 2013, p. 12).

A autora (citada por Silva, 2013, p.12) acrescentou, ainda que, além das mudanças no ambiente e na estrutura física, foi estabelecida uma nova relação com o texto, em termos de mobilidade e rapidez, devido às possibilidades de processamento e arquivamento proporcionados pelo computador.

Com o avanço tecnológico surgem também os telemóveis. Ao contrário de outras tecnologias, a sua generalização foi rápida. É uma tecnologia que está enraizada no quotidiano de cada indivíduo e é vista como útil e necessária. Quando apareceram os primeiros telemóveis, estes eram considerados produtos de luxo, uma vez que só estavam ao alcance de alguns. Atualmente, é um produto que está ao alcance de uma esmagadora maioria. Os telemóveis podem ser considerados como um computador de bolso. Através deles é possível aceder à informação, ver o *email*, aceder às redes sociais, e ao GPS.

Neste novo ecossistema, o jornalismo e os meios de comunicação são obrigados a acompanhar a evolução e, sobretudo, estes tem de se adaptar. A rádio, por exemplo, é um dos meios que tem tentado acompanhar esta evolução. Com o aparecimento da Internet, começaram a colocar os seus conteúdos em páginas oficiais. Posteriormente, começaram a criar conteúdos mais específicos para o *online*. Atualmente, a rádio tenta acompanhar a revolução tecnológica e agarrar os seus ouvintes através do telemóvel. Para além de criarem as páginas oficiais na Internet, também apostam no telemóvel através da criação de aplicações. Estas são um complemento às plataformas *online*. Através das *apps* o público-alvo pode ter acesso à informação de forma mais rápida. Podem também ver todos os conteúdos que a rádio transmite. A rádio TSF apostou recentemente numa aplicação para dispositivos móveis e esta tem sido segundo os jornalistas, uma mais-valia para o meio e para o próprio público-alvo que recebe as notícias em primeira mão. Por sua vez, através da aplicação, a rádio pode aproximar-se mais dos seus ouvintes.

## **2. A internet como fator de mudança no Jornalismo**

Para Rosane Amadori e Márcia Gomes Marques (2009), a chegada da Internet não teve um impacto tão grande como se pensava nos meios tradicionais. Segundo as autoras, a agilidade trazida pela informática deu uma nova dinâmica ao fluxo da informação, desde a circulação de *emails* entre cidadãos comuns até a alimentação dos *sites* pelos profissionais. Ela facilita a procura da informação e permite que os jornalistas sejam autónomos. Também facilita nos contactos entre os profissionais e as fontes de informação através do correio eletrónico. Aliás, o correio eletrónico é uma das ferramentas que os jornalistas mais utilizam.

[Escrever texto]

De acordo com Nelia R. Del Bianco (2004), a Internet serve como um canal de acesso e contacto com múltiplas fontes, agências de notícias e jornais *online*. A rede tem sido um instrumento para filtrar informação pronta de “segunda ou terceira mãos” a qualquer momento. Contudo, a facilidade em obter a informação tem um aspeto negativo.

“ O fácil acesso à informação obtido pela internet pode ainda dar a falsa impressão de não ser preciso ir além das fronteiras do ciberespaço para saber o que acontece. É como se na rede “coubesse” o mundo e de tal forma não fosse necessário sair dela para obter a informação necessária à construção da notícia” (Bianco, 2004 p.5).

Nelia Bianco (2004) explica, ainda, que a Internet acrescenta novos elementos à perceção dos jornalistas a respeito dos tradicionais critérios que asseguram a escolha das notícias.

Inês Aroso (2003) também considera que a Internet influencia os vários aspetos da realidade jornalística. Um desses elementos, ou mesmo o principal, é o jornalista que, também ele, é profundamente afetado.

Perante a nova realidade os jornalistas tem de aprender a usar algumas ferramentas:

“Os jornalistas *online* devem aprender algumas ferramentas básicas da Web: como usar a internet para pesquisar informação, programação básica de HTML para saberem construir páginas Web, produção digital de áudio e vídeo e técnicas de programação na Web relacionadas, para adicionar elementos multimédia ao texto jornalístico” (Millison, citado por Aroso, 2003, p.1).

O jornalismo é também colocado em causa, uma vez que a Internet tem a capacidade de reformular os fundamentos. Uma das questões que se coloca mais é a do fim do jornalista enquanto *gatekeeper*. Isto, porque a Internet permite que os leitores sejam contadores de histórias. Esta traz uma avalanche de informação à qual todos têm acesso. Neste contexto, o papel do jornalista enquanto *gatekeeper* não tende a acabar, mas sim a adaptar-se. O jornalista mais do que nunca é necessário para fazer uma seleção e hierarquização da informação, pois só ele é que tem a verdadeira capacidade de perceber o que é notícia e o que não é.

De acordo com Ricardo Jorge Pinto e Jorge Pedro Sousa (citados por Aroso, 2003) a função dos jornalistas enquanto filtradores de informação está condicionada pelo acesso que todos têm a ela, no entanto com as adaptações necessárias eles poderão ter essa função:

“Essa poderá ser uma das funções futuras dos jornalistas: filtrar a informação na Net. Os seus órgãos de comunicação social poderiam ser as portas de entrada na internet para quem está interessado em informação credível e útil” (Pinto e Sousa citados por Aroso, 2003, p.4).

Hélder Bastos (citado por Aroso, 2003) explica, também, que algumas capacidades dos jornalistas serão importantes.

“As capacidades de seleção, síntese, hierarquização, enquadramento e mesmo de personalização da notícia poderão ser insubstituíveis no ciberespaço, onde fenómenos como o da sobre-informação se veem exponencialmente agravados” (Bastos citado por Aroso, 2003, p. 4).

Jane Singer (citada por Aroso, 2003, p.4.) refere que o conceito de *gatekeeper* não vai desaparecer, apenas se vai transformar e adaptar à nova realidade.

“As pessoas nas redações estão a modificar a sua definição de *gatekeeper*, passando a incorporar as noções de controlo de qualidade e significado. Em particular, eles veem o seu papel como o de intérpretes credíveis de uma quantidade de informação disponível sem precedentes” (Singer citada por Aroso, 2003, p.4.).

O papel dos jornalistas enquanto mediadores da informação vai ser cada vez mais valorizado, uma vez que este pode dar a credibilidade necessária ao meio.

### **3. A sociedade em rede**

A chegada da Internet mudou o jornalismo e o papel dos jornalistas, mas não só. Ela também mudou a nossa forma de viver em sociedade, uma vez que permite que as sociedades comuniquem entre si, sem a barreira da distância. Atualmente, vivemos numa sociedade de informação, o que significa que nunca tivemos acesso a tanta informação como agora. Essa, por sua vez, está ao alcance de todos. Todos buscamos a informação, basta, para isso, ter acesso à rede de computadores. Nos últimos anos as tecnologias permitiram a interação, a

[Escrever texto]

colaboração e o intercâmbio de informações em tempo real. As tecnologias estão disponíveis gratuitamente, o que permite que todos tenham acesso.

Mas para percebermos melhor o papel da comunicação na sociedade contemporânea é melhor ter em consideração os pensamentos de Marshall McLuhan. McLuhan analisou o papel das tecnologias no cotidiano e, por isso, propôs um conceito que causou grande impacto: o conceito de “aldeia global”. Para ele a tecnologia recriou o mundo à imagem de uma aldeia global. Porém, Castells veio superar esse conceito:

“ A aldeia global foi um tema forte e interessante na época em que foi definida. Mas foi uma predição completamente errônea. Não é uma aldeia, mas uma rede de casas individuais, o que é completamente diferente” (Castells citado por Rufino, 2009, p.4.).

De acordo com Castells (citado por Rufino, 2009, p.4.) a Internet é mais do que uma tecnologia, é um meio de comunicação. Como explica Rufino (2009), ela é o meio de comunicação e de relação sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade, chamada por Castells de sociedade em rede. Concretamente, as tecnologias de informação e comunicação permitiram uma mobilidade conectada dos indivíduos, tornando, assim, possível trabalhar em qualquer lugar, numa espécie de circulação conectada.

Na visão de Castells (citado por Rufino, 2009, p.5), a Internet não muda os comportamentos, são os comportamentos que mudam a Internet. O autor frisa, por exemplo, que as comunidades virtuais são como as comunidades físicas, porém possuem outro tipo de lógica e de relações. São comunidades de pessoas baseadas em interesses individuais e nas afinidades e valores de pessoas.

Como refere Rufino (2009), a Internet converteu-se no “coração articulador dos distintos meios” de comunicação de massa. Ela canaliza as informações sobre o que acontece em vários *media*, por isso, é um sistema multimídia. A sua existência mudou os meios de comunicação: praticamente todos passaram a trabalhar também com a plataforma *web*, alimentando e sendo alimentados por informações e conteúdos que circulam nesse ambiente comunicativo. A Internet impulsionou a comunicação horizontal, de cidadão a cidadão, onde cada um pode criar seu sistema próprio de comunicação (Rufino, 2009).

“A Internet, este espaço propiciador de rede, permite a pluralidade e a participação ainda que de certa forma, neste meio também exista a reprodução de padrões sociais já existentes. As sociabilidades são firmadas especialmente em laços fracos, as identidades mudam, as fronteiras são quebradas, as incertezas navegam junto com os indivíduos neste oceano, que ao

[Escrever texto]

mesmo tempo permite novas experiências com o pensamento e a cognição, em tempo real e em constante processo de ressignificação” (Simões, 2009). De acordo com o pesquisador Gustavo Cardoso (citado por Rufino, 2009), a sociedade está a passar de um modelo de comunicação baseado nos meios de comunicação para um modelo baseado na comunicação em rede, trazendo, por isso, implicações diretas para o sistema de mediação. Ele propõe um quarto paradigma comunicacional, caracterizado por quatro dimensões: a) a retórica construída principalmente em torno de imagens em movimento; b) nova dinâmica da acessibilidade da informação; c) usuários como inovadores e d) inovação nas notícias e modelos de entretenimento (citado por Rufino, 2009, p.9).

Na comunicação das empresas, há também um novo contexto comunicacional que tem sido discutido por alguns autores. Este novo contexto requer a adoção de fluxos de comunicação mais democráticos, o reconhecimento da competência comunicativa dos públicos, maior abertura para o diálogo e amplo entendimento dos efeitos da tecnologia.

Muitas empresas ainda não se adaptaram, o que poderá ser um entrave no futuro, pois terão dificuldades em comunicar com o seu público. Contudo, a adaptação será inevitável. Numa sociedade em rede mais do que partilhar conteúdos, as empresas tem de estar abertas ao diálogo e tem de saber ouvir as críticas.

Assim a sociedade em rede, segundo Cardoso (2005), constitui a comunicação socializante para lá do sistema de *mass media* que caracterizava a sociedade industrial. Mas não representa o mundo de liberdade entoada pelos profetas da ideologia libertária da Internet. Ela é constituída simultaneamente por um sistema oligopolista de negócios multimédia, que controlam um cada vez mais inclusivo hipertexto, e pela explosão de redes horizontais de comunicação local/global. E, também, pela interação entre os dois sistemas, num padrão complexo de conexões e desconexões em diferentes contextos. Contudo, o que resulta desta evolução é que a cultura da sociedade em rede é largamente estruturada pela troca de mensagens no compósito de hipertexto eletrónico criado pelas redes, ligadas tecnologicamente, de modos de comunicação diferentes. Consequência da ligação dos computadores em rede surge uma convergência tecnológica e todas as diferentes tecnologias se reúnem. Contudo, a convergência altera a forma como se produzem e como se consomem os conteúdos. De acordo com Jenkins (traduzido por Alexandria, 2006, p. 46), “a convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa. As empresas mediáticas estão a aprender a acelerar o fluxo de

conteúdo mediático pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público”.

#### **4. Características do Jornalismo Multimédia**

A Internet trouxe alterações na prática jornalística, na forma como o jornalista recolhe a informação e na forma como contacta com as fontes. Uma das características mais importantes que o jornalismo multimédia introduziu foi a rapidez no acesso às fontes de informação.

De acordo com Hélder Bastos (Bastos, 2010, p.24) o jornalismo multimédia é caracterizado pela convergência/multimedialidade (vídeo, áudio, audiovisual, animações, texto), pela interatividade (e não um simples interação, porque implica participantes,

[Escrever texto]

pressupõe uma não linearidade, predisposição para a comunicação e organização do fluxo informacional), instantaneidade (informação em tempo real) e hipertextualidade (leitura ativa e atuante). Para Kawamoto (citado por Bastos, 2010) as características típicas do jornalismo digital (como ele designa) são: a hipertextualidade, a não linearidade, o multimédia, a convergência e a personalização.

Já John Pavlik (citado por Canavilhas, 2008, p.2) explica que a evolução do jornalismo na *web* tem três fases: (1) os conteúdos disponibilizados são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio; (2) os conteúdos são produzidos unicamente para as versões *online*, contendo já hiperligações, aplicações interativas e, nalguns casos, fotos, vídeos ou sons; e (3) conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a *web*, tirando partido de todas as características. Isto porque há vários autores que, como já foi dito atrás, usam termos diferentes para falar sobre a mesma coisa, no entanto existem outros que diferenciam as fases do jornalismo na *web* por esses mesmos nomes.

Cabrera González (citado por Canavilhas, 2006, p.1), que se refere sobretudo às publicações, fala-nos de quatro modelos de jornal *online*: (1) primeira fase: fac-simile, que corresponde à reprodução simples de páginas da versão impressa de um jornal, quer através da sua digitalização, quer através de um PDF; (2) segunda fase: modelo adaptado, no qual os conteúdos ainda são os mesmos das versões escritas dos jornais, mas a informação é apresentada num *layout* próprio e é nesta fase que começam a ser integrados *links* nos textos; (3) terceira fase: modelo digital, no qual os jornais têm um *layout* pensado e criado para o meio online, a utilização do hipertexto e a possibilidade de comentar são presença obrigatória e as notícias de última hora passam a ser um fator de diferenciação em relação às versões em papel; e (4) a última fase: modelo multimédia, no qual as publicações tiram aproveitamento máximo das características do meio, nomeadamente a interatividade e a possibilidade de integrar som, vídeo e animações nas notícias.

Dadas as características do novo meio, os jornalistas dos *media* tradicionais tiveram de se adaptar e houve até quem contratasse novos jornalistas para o trabalho multimédia. Assim, estes são profissionais que têm de, face às características da *web*, saber fazer um pouco de tudo: desde a recolha de notícias e investigação, seleção, escrita ou processamento do conteúdo até à edição – “É exigido a uma equipa *on-line* que possua diferentes tipos de aptidões quando comparadas com a equipa tradicional. Devem ser jogadores de equipa, capazes de colaborar com pessoal técnico e publicitário, treinados na recolha de informação, HTML e, nalguns casos, terem aptidões multimédia” (Stovall citado por Bastos, 2010, p.65) –

[Escrever texto]

, porque é um meio em que as notícias podem ser contadas de várias formas, até porque é o conteúdo que determina a forma: “o princípio que emerge deste entendimento é que a forma não deve determinar o conteúdo, mas o contrário” (Meyer citado por Bastos, 2010, p.24). É esta possibilidade de adequar a modalidade de apresentação das notícias a cada assunto, sem os constrangimentos dos *media* tradicionais, que permite tirar proveito de tudo aquilo que a *web* nos oferece para a produção de notícias, como o texto, o áudio, o vídeo, os gráficos e as animações (Bastos, 2010, 33). Assim, o jornalista pode utilizar a forma de comunicação da informação que ele considerar que mais se adapta a cada história. No entanto, poucos são os que tiram partido destas características da *web*, como considera Stovall: «nenhum *website* noticioso está ainda perto de utilizar todo o potencial da *web*. A capacidade, instantaneidade, flexibilidade, permanência e interatividade da *web* ainda não foram completamente exploradas por qualquer empresa jornalística.» (Bastos, 2010, p.34). Pavlik diz ainda que o recurso ao hipermédia torna “as estórias num contexto histórico, político e cultural muito mais rico” (Pavlik citado por Bastos, 2010, p.34). João Canavilhas refere que, em Portugal, o jornalismo da *web* encontra-se ainda na segunda fase caracterizada por Pavlik e a marca mais visível de uma terceira fase de desenvolvimento é a oferta de infografias multimédia (Canavilhas, 2005, p.2).

Rosane Amadori e Márcia Gomes Marques explicam que as mudanças no jornalismo se sentiram na rotina de produção e na apresentação final das notícias. Essa transformação obrigou a uma adaptação dos órgãos ao novo meio. Foi a Internet que implementou a instantaneidade como valor da informação.

“Um dos pressupostos do jornalismo, a agilidade na transmissão dos acontecimentos ganhou uma nova dinâmica no meio *online*, uma vez que a rapidez tornou-se aspeto ainda mais relevante para a conquista da credibilidade junto ao recetor” (Amadori e Marques, 2009, p.2).

As características mais importantes do jornalismo foram até aqui a clareza, a objetividade, a confirmação dos factos, no entanto, com o jornalismo *online* passaram para segundo plano. O mais importante é, agora, a rapidez em passar a informação. Deste modo, a adaptação do jornalismo ao digital alterou a apresentação da notícia. O “chegar na frente” tornou-se mais importante do que “dizer a verdade”.

Como explicam Amadori e Marques, “a Internet deu o tom de novo ao teor de urgência que configura a modernidade. A pressa, na verdade, é uma característica da industrialização, mas passou a ser considerada síndrome a partir da aceleração imposta pela comunicação nos

[Escrever texto]

meios eletrónicos” (Amadori e Marques, 2009, p.5). A pressa tornou-se assim uma das características mais importantes do jornalismo. Ser o primeiro e dar as notícias em primeira mão, dá credibilidade ao meio de comunicação. Contudo, esta pressa impede que haja uma seleção da informação o que, por vezes, pode levar ao uso errôneo da mesma.

## **5. A adaptação da rádio ao digital**

Apesar de a Internet ser um fenómeno muito recente, cedo se percebeu que esta permitia um conjunto de funcionalidades de grande importância para a melhoria do trabalho jornalístico e, por isso, o recurso à Internet passou a fazer parte indissociável das rotinas dos jornalistas (Canavilhas, 2004, p.2).

O *online* reduziu o tempo de pesquisa e deu autonomia aos jornalistas. Estes conseguem ter acesso à informação sem saírem da redação. No que diz respeito às fontes, a Internet também facilita o contacto com elas, uma vez que estes podem recorrer ao correio eletrónico.

[Escrever texto]

Independentemente da localização geográfica, o correio eletrônico permite enviar e receber informação de forma instantânea.

Contudo, com o aparecimento da Internet, a rádio está a atravessar um período de transição. A essência desta é sobretudo o som, contudo com o digital ela teve de se adaptar a um conjunto de elementos totalmente novos e alheios, como é exemplo a questão da imagem. Mas a própria linguagem também é diferente, pois passa a integrar vídeos, animações e sons. Este período de transição leva a que surge a questão, estará a rádio em crise de identidade?

Segundo Pedro Portela (2011), esta questão é inevitável para quem assiste à adaptação da rádio ao digital. Para alguns autores, a rádio na Internet é uma novo meio, outros recusam esta hipótese. Cebrián Herreros (citado por Portela, 2011, p.49) entende que, a partir do momento em que a rádio se vê, se escuta, se lê e se abre à participação, ocorre uma mudança significativa que obriga a uma amplificação do seu conceito, principalmente nas suas dimensões comunicativa e expressiva. No entanto, recusa, assim, implicitamente, que estejamos perante a aurora de um novo meio, mas desvincula-se igualmente de uma conceção de rádio encarcerada nas possibilidades tradicionais da transmissão hertziana. Maria Del Pilar Martínez-Costa (citada por Portela, 2011, p.49) partilha da mesma opinião e diz que a rádio na Internet é “uma nova forma de comunicação” (citada por Portela, 2011, p.49) que resulta da modificação do modelo tradicional de rádio. Francesc Guàrdia (citada por Portela, 2011, p.49) defende que a rádio na Internet é, efetivamente, um novo meio, uma vez que “apresenta características próprias que a distinguem da rádio.

De acordo com Paula Cordeiro (2004b), a introdução de sistemas multimédia vem alterar a natureza da rádio, podendo transformá-la de tal forma que nos obrigue a reequacionar o conceito. Ao longo da história a rádio sempre teve facilidade em se adaptar aos diferentes contextos. Por esta razão sempre foi considerada como um meio de comunicação para as massas. A adaptação ao digital pode ser um verdadeiro desafio, face às características que o meio apresenta. Mas, também pode ser uma importante ferramenta, uma vez que permite que a rádio multiplique os seus canais e diversifique os seus conteúdos.

“Para a rádio, a Internet pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, no sentido da variedade que o mundo *online* oferece, e pelo desafio da adaptação ao novo meio, na pesquisa, produção e difusão de conteúdos” (Cordeiro, 2004b, p.1).

Segundo Paula Cordeiro (2004b), com o advento da Internet, a rádio passa a oferecer serviços que unem ao som, elementos escritos e visuais e junta-se a outros *media* para estar presente e responder às solicitações do consumidor multimídia. A programação apresenta-se de caráter generalista, mas deixa lugar para a emergência de um novo modelo de cariz temático que especializa cada emissora em conteúdos monotemáticos e que se reflete para já, na especialização musical de algumas estações de rádio (Cordeiro, 2004b, p.2).

Com o aparecimento do *online*, a rádio começou a disponibilizar os seus conteúdos em páginas na Internet e mais tarde começou a criar conteúdos mais concretos direcionados para o meio. Os *websites* têm de ser pensados de forma de persuadir o utilizador a visitá-lo, portanto tem de colocar conteúdos que tenham pertinência e interesse. O *site* não deve perder a essência daquilo que é a rádio e, por isso devem refletir aquilo que passam em antena. Devem assim construí-lo de acordo com o perfil editorial. O *online* reúne música, informação e publicidade.

Paula Cordeiro (2004b) explica que a extensão da rádio para a Internet acarreta algumas transformações nas principais características deste meio que assim se aproxima da especificidade da comunicação na Internet, mantendo em relação à rádio tradicional, a difusão sonora. Acrescenta ainda que a rádio na Internet desenvolve modalidades interativas e constrói um sistema dialógico que altera tanto o modelo comunicativo da rádio como o comportamento das audiências.

A Internet tem sido vista como uma ferramenta de trabalho, contudo esta altera o conceito original da rádio, assumindo uma configuração multimídia que só a internet pode oferecer.

A rádio está tentar tirar proveito de todas as funcionalidades que a Internet oferece, contudo, o conceito de rádio na Internet ainda está por definir. De acordo com João Paulo Meneses (2007), “a Internet tem ajudado a ultrapassar algumas das limitações estruturais que a rádio apresenta desde a sua fundação, há 100 anos, e logo em quatro planos essenciais da teoria da comunicação: não apenas na emissão e na receção, mas também nos conteúdos e no *feedback*” (Meneses, 2007, p. 3). Contudo, a nível da receção a Internet trouxe duas consequências para a rádio:

“O rádio passa a disputar com outras plataformas de receção (o computador, o PDA, o telemóvel, a consola, o leitor de áudio) espaços e momentos de acumulação/portabilidade. Está em causa o próprio conceito de rádio, tal como o conhecemos durante 100 anos, quando o que recebemos nessas plataformas é áudio programado por um computador e sem recurso ao espectro radioelétrico” (Meneses, 2007, p. 3).

[Escrever texto]

## **6. Os desafios do digital para a rádio**

O *online* tem sido um constante desafio para os meios de comunicação, sobretudo para a rádio, cuja essência está no som. Alguns dos desafios do digital para a rádio são a programação e a relação com o tempo.

Pedro Portela “aponta um conjunto de novos serviços áudio (que invadem o seu “território” sonoro), a proliferação de dispositivos de consumo, produção e reprodução (móveis, de baixo custo, de utilização simples e intuitiva), os efeitos da circulação global acelerada da informação, as novas formas de relacionamento interpessoal/de grupo em rede e ainda aspetos (só) aparentemente menos decisivos como a modificação da relação da rádio com a temporalidade, a diversidade de novas formas de disponibilização de conteúdos que

[Escrever texto]

parecem ser exigidas às rádios e a modificação estética que a digitalização traz à linguagem sonora” (Portela citado por Santos, 2015, p.194).

De acordo com Santos (2015), “em alguns mercados, a rádio já começou a apresentar, de forma sistemática, respostas concretas aos desafios que enfrenta” (Santos, 2015, p.195). O autor acrescenta que muitos dos desafios mencionados anteriormente precisam de ser absorvidos pela rádio. Porém, a estes são acrescentados outros. Um desses desafios é o da programação. Segundo Santos (2015), a possibilidade de afastamento de uma programação orientada para o lucro abriria, para alguns projetos, o caminho a uma lógica orientada para o serviço à comunidade. Para além deste desafio, são mencionados mais quatro. Se a rádio se libertar do modelo de negócio “tradicional” poderá envolver-se em microiniciativas e, assim, alargar o seu rendimento. O modelo tradicional preocupava-se com a satisfação do interesse dos ouvintes e por captar a atenção dos mesmos. O abandono dos programas que já são antigos poderia trazer à rádio um espaço de manobra para sedimentar uma marca sonora própria, capaz de corresponder ao interesse dos ouvintes. Apostar numa programação mais temática poderia dar a oportunidade de se adaptar melhor às necessidades de consumo do público-alvo. Um último desafio seria entender o meio *online* não só como um repositório de conteúdos, mas como um espaço de discussão de ideias e propostas de trabalho. Apesar destas sugestões, o autor considera que nem todas se adaptariam a todos os modelos de rádio, muito precisaria de ser determinado pelas condicionantes externas ao funcionamento de cada estação (Santos, 2015, p.198).

## **7. Os dispositivos móveis e o jornalismo**

Quando surge um novo dispositivo móvel esperamos a morte ou o nascimento de um género jornalístico, uma vez que um novo dispositivo tem novas características que obrigam a utilizar formatos adequados. Uma das grandes diferenças dos dispositivos móveis reside no suporte. Um telemóvel é pequeno, portátil, enquanto um *tablet*, apesar de ter uma estrutura fina, é maior. No *tablet*, a leitura de uma notícia tem mais qualidade, já que o ecrã é grande. No telemóvel, o ecrã é mais pequeno, haverá mais dificuldades em ler.

[Escrever texto]

Atualmente, estes dispositivos são muito utilizados, chegando a ser mais utilizados que o computador. De acordo com Patrícia Dias (2008), “o telemóvel faz parte da nossa rotina, e se pensarmos sobre a sua importância, provavelmente concluiremos que é pelo menos tão importante como o automóvel ou a televisão” (Dias, 2008, p. 17).

Mas também porque tem acesso à Internet. Através desta o indivíduo tem acesso a um conjunto de possibilidades relacionadas com o trabalho ou com o lazer.

Com a emergência destes dispositivos, mais uma vez, os meios de comunicação tradicionais têm de se adaptar. Com os avanços da tecnologia, a adaptação torna-se a palavra-chave.

Deste modo, os meios de comunicação começaram a apostar em aplicações. A rádio não foi uma exceção. Claro que a sua essência reside no som, mas longe vão os tempos em que se podia comunicar, apenas, via rádio. As aplicações, como referi anteriormente, são um bom complemento às páginas *online* e sobretudo ajudam os órgãos a se aproximarem da sua audiência. No caso da rádio, as aplicações até se aproximam daquilo que é a rádio, ou seja, dar as notícias em primeira mão e a qualquer hora.

A rádio TSF apostou numa aplicação móvel e, até ao momento, é a única rádio no panorama nacional, a apostar em algo do género. A aplicação é gratuita, o que permite que todos tenham acesso a ela, e envia alertas. Os alertas são uma forma de os ouvintes lerem as notícias sem ter de as procurar. Além da TSF, também a RTP apostou numa aplicação, a RTP play.

## **7.1 O impacto do telemóvel na sociedade contemporânea**

Patrícia Dias (2008) refere que “o telemóvel é atualmente uma tecnologia generalizada e de utilização frequente. Do ponto de vista da qualidade, é importante refletir sobre o telemóvel, uma vez que ele se tornou uma tecnologia integrada no quotidiano, que é vista como natural, que é considerada útil e necessária, mas cuja influência parece impercetível à sua permanente disponibilidade” (Dias, 2008, pp. 29-30).

Segundo Carla Ganito (2007), “os telemóveis produziram alterações profundas nas expectativas e nos hábitos dos consumidores. Estamos perante o que Lyytinen e Yoo

designam por um “ambiente informacional nómada que se afirma como um contexto propício ao desenvolvimento de ofertas de entretenimento móvel” (Ganito, 2007, p.13).

Como qualquer outra tecnologia, o telemóvel transformou o dia a dia das pessoas e tornou-se parte do quotidiano. Contudo, este dispositivo causou impacto a nível social e individual. A nível individual, trouxe uma grande dependência, o que pode levar ao isolamento. Todos utilizam o aparelho para diversas situações e não se imaginam sem ele. Também alterou a forma de interação e os novos usos do tempo. A nível do tempo, o telemóvel permite que as pessoas se possam contactar entre si a qualquer hora e em qualquer parte do mundo. Além de isso, alterou a mobilidade que, por sua vez afetou os conteúdos e o capital. O telemóvel é visto como um dispositivo que gera receitas. Mas afetou, sobretudo, os *media* e as empresas de conteúdos. Deste modo, os *media* viram-se obrigados a apostar neste aparelho para reforçaram a sua marca e não perderam a aumentar a sua audiência.

## **7.2 As vantagens do uso do telemóvel no quotidiano**

Apesar do impacto e das consequências, o uso do telemóvel oferece um conjunto de vantagens. O aparelho permite informar, entreter e comunicar. De acordo com Patrícia Dias (2008), “a principal função do telemóvel é a comunicação e por isso a sua utilização reflete-se, sobretudo, na conectividade e nas relações sociais”(Dias, 2008, p.98).

Levinson diz que o telemóvel apresenta uma característica única que o torna um importante objeto de estudo, uma vez que tem a capacidade de dar não apenas informação mas também permite uma conversação em qualquer lugar (Levinson citado por Ganito, 2007, p.12). Além disso também contribuem para a construção de uma sociedade em rede, uma vez que

[Escrever texto]

aproxima as pessoas e as empresas. Como explica Ganito, “o telemóvel é o complemento perfeito da atual configuração social, que permite o regresso aos primórdios do nomadismo” (Ganito, 2007, p.27).

Para Carla Ganito (2007) uma outra característica é o que o telemóvel está a tornar-se num novo canal de distribuição e uma nova forma de pagamento para conteúdos e serviços, muitos dos quais eram disponibilizados *online*. A autora destaca mais duas características como a mobilidade e o entretenimento. Segundo ela, a mobilidade e o entretenimento são necessidades por excelência da sociedade atual. Para as servir existem muitos terminais móveis de entretenimento, como as consolas de jogos e os portáteis. No entanto, pela convergência da computação e da comunicação no mesmo terminal, o telemóvel tem vindo a assumir-se como a opção por excelência de entretenimento numa nova sociedade móvel (Ganito, 2007).

Como refere Ganito (2007) uma das vantagens do telemóvel é, de facto, a convergência e o tamanho do telemóvel. Este é um aparelho de pequenas dimensões, que reúne um conjunto de possibilidades para as pessoas, desde o entretenimento até à informação. Desta forma, os *media* tem apostado nos telemóveis para reforçarem a sua marca e divulgarem a informação, através da criação de aplicações.

Outra característica que ajuda no desenvolvimento da comunicação sem fio é o facto de que as pessoas estão cada vez mais dependentes das informações disponibilizadas na Internet, o que antes poderia ser feito apenas via terminal remoto, agora pode ser consultado via dispositivo móvel. A tecnologia sem fio disponibiliza ao usuário a possibilidade de obter informações que lhes sejam úteis, a qualquer momento ou qualquer lugar. A mobilidade é outra característica que deve ser levada em consideração. A capacidade de poder continuar uma comunicação e manter o envio de dados constante mesmo quando em movimento pode ser considerada uma das melhores vantagens de um dispositivo móvel (Romeiro, 2005).

### 7.3 As aplicações móveis

As aplicações são um produto recente, fruto do avanço tecnológico. As empresas de comunicação e os *media* têm vindo a apostar nelas, como forma de se adaptarem ao novo contexto. Cada vez menos as pessoas recorrem aos meios de comunicação tradicionais e, por isso, estes têm vindo a apostar nas aplicações, pois estas ajudam a reforçar a marca do meio e permitem fidelizar o público-alvo. Em Portugal, vários meios de comunicação já apostaram nesta nova forma de dar a informação. Na televisão, a TVI e RTP têm uma aplicação que permite ver os programas, vídeos e ler as notícias. Relativamente à imprensa, os jornais que já têm aplicação móvel são: O Jornal de notícias, o Diário de Notícias, o Público e o Record. No contexto radiofónico apenas tem a TSF e as antenas 1, 2 e 3. Todas as aplicações são

[Escrever texto]

gratuitas. Para aceder a elas basta ter Internet, mas, graças ao avanço da tecnologia, os telemóveis têm acesso a ela.

Apesar de a rádio ser um meio com facilidade para se adaptar às mudanças, a Internet e os avanços tecnológicos trouxeram grandes alterações, sobretudo na forma como se consome a informação, já que cada vez menos as pessoas recorrem aos meios de comunicação tradicionais para se informarem. Deste modo, surge a necessidade de tirar proveito das funcionalidades quer da Internet, quer das novas tecnologias. Cada tecnologia torna possível a distribuição das notícias mais rapidamente e levá-las o mais longe possível e a um maior número de consumidores. O telemóvel surge aqui como uma das tecnologias mais usadas pelas pessoas, sendo muitas vezes comparado a um computador, porém é muito mais prático graças ao seu tamanho. Assim, os meios de comunicação tentam tirar partido deste novo dispositivo através da criação de aplicações. Essas, por sua vez, são vantajosas, quer para o meio, quer para o consumidor. No que diz respeito ao meio, ajuda a que este se aproxime mais do consumidor.

A rádio TSF decidiu assim apostar numa aplicação móvel para não perder a sua audiência e chegar a mais pessoas e para manter a sua essência: dar as notícias em primeira mão e a qualquer hora.

### **7.3.1 A *app* da TSF**

A essência da rádio sempre foi a voz, mas, com o aparecimento da Internet e com o avanço da tecnologia, a rádio viu-se obrigada a repensar a sua situação. Apesar de ao longo dos anos ter sido um dos meios que melhor se adaptou às mudanças, encontra-se, atualmente, num período de transição. Já não é possível comunicar, apenas, via rádio. É possível, mas não é competitivo. É necessário que o meio se adapte ao *online* e que consiga tirar partido das funcionalidades que este oferece. Mas não basta apenas pensar no digital é também importante apostar nos novos dispositivos móveis, como é o caso do telemóvel, já que é um dispositivo portátil e faz parte do quotidiano das pessoas. Assim, muitos foram os meios que

[Escrever texto]

começaram a apostar em aplicações. Através destas, o consumidor pode ter acesso a programas, vídeos e, sobretudo, notícias. Neste contexto a Rádio TSF apostou na criação de uma aplicação para dispositivos móveis. Mas que razões levaram à criação desta? E que benefícios trouxeram para o meio e para o “fazer rádio? A aplicação ajudou a fidelizar leitores? Estas são algumas das questões que vamos procurar responder com base nas entrevistas realizadas aos jornalistas João Paulo Meneses, Ricardo Oliveira Duarte e Sónia Santos Silva.

De acordo com o jornalista Ricardo Oliveira Duarte<sup>3</sup>, a aplicação foi criada em setembro de 2015 e coincidiu com remodelação do *site* da TSF. O *site* precisava de ser alterado e por isso, fazia sentido alterar a aplicação. Um dos benefícios da aplicação foi que esta ajudou a fidelizar mais ouvintes:

“Trouxe mais gente porque estamos melhores, e é mais fácil para as pessoas consultarem a informação. Elas têm acesso aos programas, tem acesso a tudo dentro da TSF” (Duarte,2016).

Para os jornalistas, a aplicação não trouxe alterações, o que se coloca no *site*, coloca-se na aplicação. Eles são produtores, mas são também consumidores. A única coisa que mudou é que tem de haver uma seleção daquilo que se vai enviar notificação. Para o trabalho deles também não houve alterações. O trabalho que as pessoas estão a ter no *site* reflete-se na aplicação:

“A aplicação é uma réplica do *site*” (Duarte, 2016).

Para a rádio, a aplicação trouxe alterações, no sentido em que aumentou o número de pessoas que usam a *app*:

“Estão acima dos 55 mil. É muito bom porque trabalhamos para sermos ouvidos e para sermos lidos” (Duarte, 2016).

Para o “fazer rádio” a *app* não obriga a um trabalho específico, apenas obriga a que haja uma seleção daquilo que se vai enviar como notificação. As notificações começaram a ser enviadas logo após a criação da *app*:

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada a 6 de julho de 2016.

“É fundamental hoje em dia. Elas têm muito impacto na forma como as pessoas consomem a informação no *site* da TSF. Há muita gente que chega a partir desses alertas” (Duarte, 2016).

O jornalista Ricardo Duarte (2016) explica que o *push* faz sentido na rádio, porque esta destaca-se por ter notícias e estas não escolhem hora e as pessoas merecem ser informadas em primeira mão e o mais rápido possível. Para enviar uma notificação há uma seleção. Essa é uma escolha editorial, nomeadamente, feita pelo editor que tem essa responsabilidade. No entanto, cada pessoa pode escolher o que será um alerta. Um jornalista da TSF tem toda a capacidade para decidir o que é uma notícia urgente e o que não é. Após o começo da utilização dos alertas, o número de consumidores aumentou:

“Temos tido bons resultados. Já é significativo o tráfego que nos chega através do *push*” (Duarte, 2016).

Além de aumentar o tráfego, o envio da notificação, se for usado de forma correta ajuda a criar uma relação de confiança. A TSF, aliás, tem sido um exemplo de grupo a utilizar os alertas de forma correta. Para além de isso, também ajudou a fidelizar o número de leitores, porque a aplicação envia alertas da informação mais importante. Apesar dos bons resultados, os jornalistas consideram que a aplicação ainda pode ser melhorada, em termos tecnológicos e na capacidade de resposta.

Para a jornalista Sónia Santos Silva (2016)<sup>4</sup>, a aplicação é um instrumento que ajuda a chegar ao público alvo. A partir do momento que teve início a "revolução tecnológica", a vontade do público é a de ter notícias em qualquer momento. A jornalista considera que a aplicação ajuda a rádio a manter a sua essência, uma vez que esta anuncia as notícias e dá em primeira mão. Para os jornalistas, o benefício, foi aprender a lidar com uma nova realidade. No que refere às rotinas na utilização da *app*, ao contrário do jornalista Ricardo, Sónia Santos Silva considera que a aplicação mudou as rotinas dos jornalistas, uma vez que eles começaram a lidar com o “*on air*” e com o “*online*” que são duas formas diferentes de comunicar e informar. Para o “fazer rádio” não houve alterações. Segundo a jornalista, a rádio continua a fazer-se da mesma maneira. A preocupação agora é que a informação que é escutada possa ser lida o mais rapidamente possível. Tal como o jornalista Ricardo Oliveira Duarte, ela admite que a aplicação ajudou a fidelizar ouvintes. No entanto, também considera que esta ajudou a captar novos públicos. Do seu ponto de vista a *app* pode ser melhorada.

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada a 3 de agosto de 2016.

O jornalista João Paulo Meneses (2016)<sup>5</sup> considera que a *app* é excelente quando é projetada, no entanto corre o risco, como todas as aplicações, de ficar desatualizada. A tecnologia, nestes domínios, é rápida e avança a um ritmo impressionante. Assim como a jornalista Sónia Santos Silva, ele considera que a *app* é um excelente meio para chegar aos ouvintes. Contudo, para os jornalistas não traz qualquer tipo de vantagem. Apenas pode trazer, no sentido em que estes também podem ser ouvintes. No que se refere às alterações da *app* para a rádio, ele explica que ainda é cedo para perceber se, de facto, os novos hábitos dos ouvintes podem condicionar o trabalho que é feito. Quanto à fidelização dos ouvintes, ele acredita que a *app* ajudou nesse sentido.

A aplicação, de facto, tem sido uma mais valia para a TSF, uma vez que está a ter um impacto muito positivo. Como explicou o jornalista Ricardo Oliveira Duarte (2016), estamos num contexto que implica apostar noutros mecanismos, que não apenas o *site*. Assim a *app* surge como um complemento ao *site* que dá a informação aos consumidores de forma rápida e eficaz. A *app* também ajuda a criar um grau de confiança entre o órgão e os seus ouvintes. Até ao momento, a *app* tem aspetos mais positivos do que negativos. Para os jornalistas não trouxe grandes alterações, não alterou as suas rotinas. Estes apenas têm que se preocupar em fazer uma triagem daquilo que deve ser um alerta. Por outro lado, para a rádio trouxe mais consumidores e aproximou-a dos seus ouvintes. Como referiu a jornalista Sónia Santos Silva (2016), a *app* ajudou não só a fidelizar ouvintes como captou novos consumidores, público mais jovem. É mais fácil para os jovens consumirem informação através da aplicação do que irem procurá-la. O facto de se poder aceder à informação através do telemóvel também é mais fácil, uma vez que este faz parte do quotidiano e tem acesso à Internet. E pelo telemóvel ser tão importante para as pessoas, pelas diversas vantagens que este oferece, é necessário apostar nele. O telemóvel é uma ótima plataforma de divulgação e distribuição de informação. Como os próprios jornalistas explicaram é uma necessidade migrar para outros meios de comunicação de forma a acompanharem o avanço tecnológico, mas sem perderem a essência do meio original.

---

<sup>5</sup> Entrevista realizada a 8 de julho de 2016.

## **Considerações finais**

Desde que surgiu a Internet, muito se tem discutido acerca das mudanças que esta trouxe ao jornalismo. Na faculdade sempre foi um tema de discussão, uma vez que esta trouxe aspetos positivos e negativos para o jornalismo. Ela facilita o acesso à informação, dá autonomia ao jornalista na pesquisa da informação. Também facilita o contacto entre as fontes. No estágio curricular que realizei na rádio TSF, uma das primeiras coisas que me chamou a atenção foi exatamente o uso da Internet. Percebi que, de certa forma, os jornalistas dependem dela. Durante o período em que estive na TSF houve uma situação em que a falha

[Escrever texto]

de conexão provocou uma alteração nas rotinas, inclusive o meu orientador disse-me que não precisava ficar na redação já que para realizar o meu trabalho precisava de ter acesso aos *telex* e aos *sites* noticiosos.

A Internet alterou os valores da informação. Antes, o mais importante era a objetividade e a credibilidade. Hoje, a característica mais importante é a instantaneidade. O trabalho do jornalista também foi afetado, uma vez que agora é necessário que ele aprenda a trabalhar com ferramentas básicas. Uma outra condicionante que a Internet trouxe foi o excesso de informação. Há uma avalanche de informação à qual todos têm acesso. Não só o jornalista, como os próprios consumidores. Aqui o papel do jornalista enquanto *gatekeeper* é colocado em causa. Será que o jornalista é mesmo necessário? Mais do nunca ele é necessário como um moderador. Segundo Hélder Bastos, algumas capacidades do jornalista vão ser úteis, como a capacidade de seleção, hierarquização e enquadramento da informação poderão ser insubstituíveis no ciberespaço onde o fenómeno da sobre-informação se vê agravado (Bastos citado por Aroso, 2003).

No caso da rádio, cuja essência sempre esteve na voz, a Internet alterou a sua linguagem e levou a uma adaptação. A comunicação agora faz-se através de imagens, vídeos, sons e outros elementos que tornam a mensagem mais completa (Cordeiro, 2004b)

Mas não foi apenas a Internet que trouxe alterações ao jornalismo. Estas alterações começaram a acontecer a partir do momento em que a tecnologia começou a avançar. O aparecimento do telégrafo, do telefone, do computador e atualmente, os telemóveis, foram os que causaram as principais alterações, uma vez que os meios de comunicação tradicionais tiveram de se adaptar a esta nova realidade. A rádio por exemplo, é um dos meios que tem tentado acompanhar esta evolução. Com o aparecimento da Internet começaram a colocar os seus conteúdos em páginas oficiais. Posteriormente, começaram a criar conteúdos mais específicos para o *online*.

Apesar do impacto e das consequências, o uso do telemóvel oferece um conjunto de vantagens. O aparelho permite informar, entreter e comunicar. Além do mais é visto como um computador, só que de estrutura pequena. Deste modo, a rádio está a tentar agarrar os seus ouvintes através do telemóvel.

Para além da criação das páginas oficiais na Internet, também apostam no telemóvel através da criação de aplicações. Estas são um complemento às plataformas *online*. Através das *apps*, o público-alvo pode ter acesso à informação de forma mais rápida. Podem também

[Escrever texto]

ver todos os conteúdos que a rádio transmite. As aplicações, se forem utilizadas de forma correta, criam confiança entre o órgão e o ouvinte. São um reforço para o *online*. Contudo, as *apps* também ficam, facilmente, desatualizadas, uma vez que a tecnologia avança a um ritmo acelerado.

No panorama radiofónico nacional, a rádio TSF apostou numa aplicação que tem sido uma mais valia para o meio e para o próprio público-alvo que recebe as notícias em primeira mão. Depois de uma análise, posso concluir que o impacto da aplicação está a ser bastante positivo, quer para o meio quer para os ouvintes.

Ricardo Oliveira Duarte, editor do *online*, explicou que estamos num contexto em que surge a necessidade de apostar noutros mecanismos, que não apenas o *site*. Assim a *app* surge como um complemento ao *site* que dá a informação aos consumidores de forma rápida e eficaz. A *app* também ajuda a criar um grau de confiança entre o órgão e os seus ouvintes. Até ao momento, a *app* tem aspetos mais positivos do que negativos. Para os jornalistas, não trouxe grandes alterações, não alterou as suas rotinas. Estes apenas têm que se preocupar em fazer a seleção daquilo que deve ser um alerta. Por outro lado, para a rádio trouxe mais consumidores e aproximou-a dos ouvintes. Como referiu a jornalista Sónia Santos Silva, a *app* ajudou não só a fidelizar ouvintes como captou o público mais jovem. É mais fácil para eles consumirem informação através da aplicação, do que irem procurá-la. O facto de se poder chegar à informação através do telemóvel também é mais fácil, uma vez que o telemóvel faz parte do quotidiano e tem acesso à Internet.

A aplicação tem aumentado, assim, o número de consumidores, graças aos seus conteúdos, mas também graças aos alertas que esta envia. As notificações mostram a informação que é verdadeiramente importante e faz com que esta não tenha de ser procurada. Deste modo, pode-se considerar que a aplicação é uma nova forma de dar a informação, mas também uma nova forma de a receber. No atual contexto, onde cada vez menos se procura a informação, é importante que esta chegue até aos consumidores, para atrair a sua atenção e, assim, fidelizá-los. No caso da rádio, a aplicação ajuda a que esta mantenha a sua essência, uma vez que dá as notícias em primeira mão e a qualquer hora.

## **Referências Bibliográficas**

### **Documentos impressos**

Bastos, H. (2010). *Ciberjornalistas em Portugal: práticas, papéis e ética*. Lisboa: Livros Horizonte.

Crisell, A. (1994). *Understanding radio*. London and New York: Routledge.

Dias, P. (2008). *O telemóvel e o quotidiano*. Paulus.

Ganito, C. (2007). *O telemóvel como entretenimento*. Paulus.

[Escrever texto]

Fontcuberta, M. (2010). *A Notícia – Pistas para compreender o mundo* (3ª ed.). Alfragide: Casa das Letras.

Mesquita, M. (2004). *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea* (2ª ed.). Coimbra: Minerva Coimbra.

Portela, P. (2011). *Rádio na Internet em Portugal. A abertura à participação num meio em mudança*. Edições Húmus.

Santos, S. (2013). *Da rádio estatal ao modelo integrado: compreender o serviço público de radiodifusão em Portugal*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

### **Documentos eletrónicos**

Amadori, R. e Marques, M.. (2009). *A instantaneidade e a construção da notícia no jornalismo online*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, Brasília. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2009/resumos/R17-0304-1.pdf>

Amaral, I. (2005). *A interatividade na esfera do Ciberjornalismo*. Livro de Actas - 4º SOPCOM, 4º Congresso SOPCOM. Aveiro. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf>

Amaral, S., Cardoso, G. e ESPANHA, R. (2006). *A rádios portuguesas e o desafio do (on)line*. OberCom, Investigação e Saber em Comunicação. Disponível em:

<https://obercom.pt/as-radios-portuguesas-e-o-desafio-do-on-line-set2006/>

Aroso, I. (2003). *A Internet e o novo papel do jornalista*. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>

Bianco, N. (2004a). *A Internet como fator de mudança no jornalismo*. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>

[Escrever texto]

Bianco, N. (2004b). *A noticiabilidade do radio em tempos de Internet*. Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM E II IBÉRICO, vol. IV, pp. 157-163. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/bianco-nelia-noticiabilidade-radio-tempos-internet.pdf>

Canavilhas, J. (s.d.). *Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático*. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>

Canavilhas, J. (2004). *Os jornalistas portugueses e a Internet*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>

Canavilhas, J. (2005a). *Os jornalistas online em Portugal*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>

Canavilhas, J. (2006a). *Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>

Canavilhas, J. (2006b). *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

Canavilhas, J. (2008). *Cinco Ws e um H para o jornalismo na web*. Porto: Revista PRISMA.COM, nº7, pp. 153-166. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/678/pdf>

Canavilhas, J. (2010). *O novo ecossistema mediático*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>

Castells, M. e Cardoso, G. (2005) *A sociedade em rede: Do conhecimento à ação política*. Conferência promovida pelo Presidente da República no centro cultural de Belém. Disponível em : [http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf)

[Escrever texto]

Cébrian, M. (2009). *Expansión de la ciberradio*. Disponível em: <http://www.scielo.org.ve/pdf/enl/v6n1/art02.pdf>

Conde, M. (2010). *La ciberradio: Nueva alternativa de futuro para la radio*. Disponível em : <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-05.pdf>

Cordeiro, P. (2004a). *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>

Cordeiro, P. (2004b). *Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>

Cordeiro, P. (2005). *Rádios temáticas: Perfil de informação radiofónica em Portugal. O caso da TSF*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>

Gomes, A. (2006). *O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf>

Gradim, A. (2003). *Os géneros e a convergência: o jornalista multimédia do Século XXI*. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>

Granado, A. (2002). *Os media portugueses na Internet*. Disponível em: <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>

Jenkins, H. (2006). *Cultura de convergência*. Traduzido por Susana Alexandria. 2ª edição. Aleph. Disponível em: [http://www.editoraaleph.com.br/site/media/catalog/product/f/i/file\\_1.pdf](http://www.editoraaleph.com.br/site/media/catalog/product/f/i/file_1.pdf)

Mateus, C. (2015). *A utilização das redes sociais pelos jornalistas portugueses: Novos desafios éticos e deontológicos para a profissão*. Livros Labcom. Covilhã. Disponível em:

[Escrever texto]

[http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150522-201511\\_catiamateus\\_redessociaisjornalistas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150522-201511_catiamateus_redessociaisjornalistas.pdf)

Meneses, J. (2007). *Internet. Possibilidades e ameaças para a rádio musical*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf>

Roberto, L. (2009). *A influência das redes sociais na comunicação organizacional*. São Paulo. Disponível em: [http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos\\_e\\_textos/Comunicacao\\_nas\\_organizacoes/006%20-%20A%20influ%EAncia%20das%20redes%20sociais.pdf](http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos_e_textos/Comunicacao_nas_organizacoes/006%20-%20A%20influ%EAncia%20das%20redes%20sociais.pdf)

Romeiro, B. (2005). *Desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis na palataforma J2ME*. Disponível em : <http://tcc.ecomp.poli.br/BrunaRomeiro.pdf>

Rufino, C. (2009). *A sociedade em rede e a segunda geração da Internet. Reflexões para o campo da comunicação organizacional*. Disponível em: [http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT3\\_Carina.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT3_Carina.pdf)

Santos, R. (2005). *Rádio em Portugal: Tendências e grupos de comunicação na atualidade. Comunicação e Sociedade*, vol. 7, pp.137-152. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1214>

Silva, R. (2013). *A influência tecnológica sobre a prática jornalística*. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-influencia-tecnologica-sobre-a-pratica-jornalistica>

Vieira, J., Cardoso, G. e Mendonça, S. (2010). *Os novos caminhos da rádio: Radiomorphosis. Tendências e Prospetivas*. OberCom, Investigação e Saber em Comunicação. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Os-novos-caminhos-da-radio-Radiomorphosis.pdf>